

## Turismo Relazionale: aspetti definatori

---

Nella società contemporanea, il turista sembra essere meno interessato alle tradizionali mete turistiche, prive di personalizzazione. Il turista del terzo millennio manifesta, invece, un particolare interesse per la cultura locale, per gli usi e i costumi e non vuole vivere “passivamente” la vacanza ma fare piena esperienza del luogo che visita.

Ciò significa che, oggi più che mai, il turista non è interessato solo a ricevere un servizio di base, bensì il turista-viaggiatore, dotato di una molteplicità di motivazioni ed aspettative, guarda soprattutto a ciò che gli viene offerto.

Tra le motivazioni che spingono alla scelta di una località vi rientrano, oltre alla bellezza dei luoghi, al patrimonio culturale, al desiderio di svago e divertimento, le “relaciones” .

La relazionalità è diventata una componente talmente rilevante che possiamo affermare che:

*“...il turista dopo una prima visita non torna più volentieri laddove non risulta soddisfatta la sua domanda di relazionalità”.*

La componente relazionale nel turismo si manifesta sia sul fronte della domanda turistica, composta dall'insieme di turisti con spiccata propensione alla relazione e prossimi ad essere considerati dei residenti temporanei, che dall'offerta turistica, intesa in senso più esteso, ovvero composta dall'insieme di elementi materiali ed immateriali presenti nel territorio ed in grado di stimolare, sostenere o generare una relazione.

Pertanto, la presenza di una relazione tra soggetti che abitano e coloro che transitano in un territorio è una condizione necessaria per poter aprire la strada al concetto di turismo relazionale.

Il turismo relazionale si avvia,

*“...attraverso una combinazione di relazioni, innanzitutto interpersonali, in cui i soggetti generatori/confezionatori al di là di un mero orientamento alla vendita, fanno proprio un atteggiamento di sentita e condivisa ospitalità che recuperi il gusto di far scoprire la bellezza e la peculiarità del proprio patrimonio storico, artistico, folkloristico, enogastronomico e soprattutto d'umanità; ed in cui gli utilizzatori da semplici consumatori finali, diventano soggetti generatori di valore, protagonisti possibilmente chiamati a completare attivamente la stessa offerta turistica.”*

Da questa prima definizione appare che il turismo relazionale possa essere identificato come:

*“un turismo che privilegia le relazioni interpersonali e ambientali stimolando la sensibilità storico culturale e la sostenibilità dello sviluppo nel dialogo tra offerente e ricevente e che integra i settori produttivi e commerciali nella micro e media dimensione”.*

Ovvero,

*“...un turismo radicato nel territorio che fa perno sulla micro impresa e che valorizza l’immenso patrimonio culturale e naturalistico non soltanto nei grandi ma anche nei piccoli centri. Inoltre, questo tipo di turismo è strettamente legato alle relazioni umane con un rapporto immediato e diretto tra chi offre il servizio e chi ne gode.”*

Da queste definizioni appare evidente come, nel turismo relazionale, la relazione umana sia la principale dimensione alla base del processo di scambio tra soggetti. La relazione, con contenuti ben specifici e con un certo grado di intensità, riempie di significato uno spazio dove normalmente avvengono continui contatti tra turisti e protagonisti dell’offerta turistica.

Tuttavia, la semplice relazione non diventa condizione sufficiente per poter definire un turismo relazionale, bensì deve essere dotata di caratteristiche e di specificità tali da renderla un valore per fruitori ed utilizzatori, per turisti ed imprese, per residenti temporanei e popolazione locale.

La componente relazionale, diventa quindi parte di un prodotto, ovvero elemento di differenziazione, a condizione che venga percepito ed offerto in maniera spontanea ed articolato secondo modalità chiare ed identificabili.

Un’altra definizione propone la relazionalità con riferimento al concetto di integrazione, estendendo ed amplificando alcuni aspetti, già presenti nelle precedenti versioni:

*“Il Turismo Relazionale Integrato, supera il tradizionale concetto di offerta e domanda turistica, privilegiando le relazioni interpersonali e ambientali e stimolando la sensibilità storico culturale, nel dialogo tra offerente e ricevente. Attraverso l’integrazione tra i settori produttivi della micro e media dimensione, con l’ausilio delle tecnologie avanzate, persegue ed incoraggia lo sviluppo sostenibile.”*

L’aggettivo integrato è dovuto al fatto che questa nuova tipologia di turismo offre il territorio nella sua interezza, con la sua storia, la sua geografia, il suo clima antropico e i suoi prodotti.

Il concetto di viaggio inteso come *pacchetto organizzato, invece*, ha portato ad uno slegamento fra i luoghi visitati e la vita reale che in essi si svolge quotidianamente, vita che ha contribuito in prima persona alla costruzione della risorsa territorio posta in “vendita” nel mercato turistico.

In non pochi casi il nuovo viaggiatore assiste ad una rappresentazione di vita vissuta inserita in uno scenario ricostruito e controllato dall'imprenditore tour-operator. La cesura nelle relazioni fra gli uomini ne appare il riflesso più evidente. Il “turista”, al contrario del viaggiatore, non appare più una persona fisica, ma un tassello di un ingranaggio più ampio che non interferisce affatto con la comunità locale, in assoluto contrasto con la natura umana bisognosa di costruire relazioni con altri uomini, staccandosi del tutto dalla figura del viaggiatore originario che, su queste relazioni, costruiva la sua esperienza.

La trasformazione del viaggio in industria del turismo ha causato, inoltre, nella standardizzazione dei processi e nella organizzazione delle filiere, l'espropriazione delle risorse locali e di conseguenza la concentrazione delle risorse economiche derivate nelle mani dei nuovi capitani d'impresa. Ovviamente penalizzando uno sviluppo endogeno delle aree turisticamente interessanti e non fornendo alcun reale contributo per la generazione di forme di sviluppo esogeno.

Il Turismo Relazionale Integrato realizza, invece, una forma di ri-territorializzazione dell'economia, mettendo a frutto l'immenso serbatoio di risorse naturali che sono differenti da area ad area ed espressione delle varie identità socio-culturali e geografiche.

Le logiche di integrazione tra domanda ed offerta turistica, che in uno spazio relazionale diventano parti di un unico processo simbiotico, stimolando il dialogo ed il confronto soprattutto tra micro realtà imprenditoriali e turista, di fatto perseguono linee di sviluppo coerenti e armoniche con la cultura e l'economia locale della popolazione ospitante.

Il turismo relazionale, in altri termini, consente di recuperare le risorse reali dei territori e di rimetterle in gioco per uno sviluppo auto-centrato, attraverso un processo di innovazione che passa dalle nuove tecnologie (ICT), dalla riorganizzazione dell'offerta delle risorse territoriali, dal recupero delle abilità relazionali dell'uomo, senza tralasciare un adeguato processo di formazione/informazione mirato, per i diversi livelli ed attori del sistema.

Un nuovo modo di approcciare il turismo che rappresenta un'occasione per trattare dello sviluppo territoriale locale di quelle tante aree che oggi risultano escluse dai processi produttivi correnti e dalle logiche di mercato dominanti.

Proprio in questa direzione, della valorizzazione delle risorse reali e delle caratteristiche intrinseche del territorio, il turismo relazionale integrato può essere inteso come risorsa aggiuntiva per le qualità già presenti, sottolineando il ruolo importante che può svolgere nell'implementazione, e spesso nella stessa sopravvivenza delle identità culturali legate alle caratteristiche peculiari del luogo.

## Turismo Relazionale: caratteristiche ed opportunità

---

Il “turismo” è rimasto l’ultimo dei settori produttivi che, per la sua natura, non può essere de-territorializzato come invece può accadere a qualsiasi altra attività; esso, infatti, resta comunque intimamente legato alle caratteristiche e alle risorse del “luogo”. Per questo motivo si può considerare una variabile strategica da valorizzare ed è riduttivo pensare al turismo come ad un’attività meramente economica .

Tuttavia, di fatto, la maggior parte dell’attività turistica è nelle mani dei “mercati della richiesta” con organizzazioni che operano nei “mercati dell’offerta”, prevalentemente esterne ai territori interessati, nei quali resta poco o niente del valore creato che viene portato fuori dall’ambito “locale”.

Al contrario le prospettive del turismo relazionale, in quanto turismo alternativo, sono quelle di mantenere nel territorio la maggiore quantità del plusvalore turistico, con ulteriori apporti derivanti dalle attività che potremmo definire di indotto.

Il turismo relazionale è, infatti, “integrato” con le attività e le risorse del territorio, cioè assolve ad un ruolo di stimolo sull’economia minuta, seguendo un processo capillare, proprio a partire dai settori agro-alimentare, produttivo-artigianale e storico-culturale.

Per buona parte, l’ospitalità offerta dal turismo relazionale integrato è un’ospitalità della stessa tipologia del turismo rurale (casali, bagli, masserie, ville, ecc.) chiamando in causa anche alcune parti storiche delle città, dei borghi e dei paesi, allargando l’offerta di beni e servizi a tutto l’ambiente, antropizzato e non, ai suoi prodotti, alla sua storia e alla sua cultura. La tipologia delle entità ospitanti che coincide con un’offerta minuta e diffusa di abitazioni familiari, opportunamente attrezzate, consente all’ospite di maturare una reale consapevolezza dell’ambiente storico-naturale e delle vocazioni territoriali in un contesto che coinvolge il normale stile di vita della comunità locale. Chi opera la gestione diretta dell’offerta vive nei luoghi, svolge attività tradizionali e radica redditi nel territorio.

Inoltre, con il turismo relazionale integrato si costruiscono rapporti capillari. Attraverso l’uso delle tecnologie telematiche l’ospite è direttamente raggiunto a casa (face-to-face) da coloro i quali offrono l’ospitalità, cosicché anche i tempi di permanenza si prolungano, analogamente a quanto avveniva per l’antica villeggiatura, la maggior parte degli ospiti sono portati a ritornare abitualmente in un clima di “amicizia” e “familiarità”.

Si delinea quindi un approccio in cui la pianificazione urbanistica e territoriale, applicata nello specifico del settore turistico, rappresenta una non trascurabile opportunità per la salvaguardia, la valorizzazione e la rivitalizzazione, in una parola per la riqualificazione creativa ed integrata delle aree marginali e a basso sviluppo. E' quindi necessario muoversi all'interno di strategie che consentano un riequilibrio territoriale fra aree molto urbanizzate (antropizzate), e aree "svuotate" ed abbandonate (de-antropizzate), considerando tutti i fattori necessari al processo di recupero e riqualificazione (fisici, economici, sociali, culturali), evitando di puntare soltanto su aspetti vincolistici e normativi. Adottando un approccio sistemico si può pensare di operare anche nella direzione di una nuova forma di sostenibilità evoluta, che promuova una cosciente responsabilità del singolo.

In termini di effetti reali, questo modello di sviluppo territoriale basato sulla consapevole responsabilità del singolo e declinato almeno nelle cinque forme individuate di sostenibilità elementari (le cinque "S"), può costituire rapidamente una forma evoluta di "sostenibilità totale".

Le cinque "S", ossia le cinque tipologie di sostenibilità elementari individuate dagli studi sul turismo relazionale integrato come progetto di sviluppo territoriale sono:

- *Sostenibilità ambientale*, salvaguardare le caratteristiche naturali ed antropiche del territorio in armonia con quell'equilibrio tramandato dalla storia.
- *Sostenibilità sociale*, ridare il giusto valore nello sviluppo socio-economico alle relazioni umane fra singoli e fra società in una nuova ottica di conoscenza e rispetto reciproco.
- *Sostenibilità umana*, riportare l'uomo al centro delle politiche e delle iniziative dei processi di produzione e consumo.
- *Sostenibilità economico-finanziaria*, ripensare al rapporto risparmio-credito affiancando alle banche nazionali gli istituti della banca locale e del micro-credito, i soli interessati ad un investimento nel "piccolo".
- *Sostenibilità tecnologica*, stimolare l'impiego in modo "reticolare" delle quattro micro tecnologie nel campo delle energie alternative, del riciclo dei rifiuti, del controllo del ciclo delle acque e delle tecnologie telematiche per l'informazione e la comunicazione.